

WYDZIAŁ: NAUK EKONOMICZNYCH, KIERUNEK EKONOMIA					
PRZEDMIOT: KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW					KOD
ROK	SEMESTR	LICZBA GODZIN		STATUS	JĘZYK WYKŁADOWY
II MSU	III	w – 15h	ćw. – h	obligatoryjny	polski
OSOBA(Y) PROWADZĄCE WYKŁADY: dr Krzysztof Krukowski					
JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA: Katedra Organizacji i Zarządzania					
TEMATYKA WYKŁADY:					
<i>LP.</i>	<i>TEMAT</i>			<i>TREŚCI NAUCZANIA</i>	
1	Myślenie strategiczne			Cechy, koncepcje, rozwój szkół myślenia strategicznego	
2.	Konkurencyjność przedsiębiorstwa			Konkurencja, konkurowanie, konkurencyjność. Modele struktury konkurencyjności i zarządzania konkurencyjnością przedsiębiorstw	
3.	Ewolucja teorii konkurencji			Ewolucja poglądów na temat konkurencji, rodzaje konkurencji, ekonomiczne skutki konkurencji. Klasyfikacja konkurencyjności. Konkurencyjność czynnikowa i wynikowa.	
4	Uwarunkowania konkurencyjności			Rynkowe i pozarynkowe uwarunkowania konkurencyjności. Normy ekonomiczne i pozaekonomiczne a konkurencyjność przedsiębiorstw. Uwarunkowania techniczne, ekologiczne prawne konkurencyjności. Wpływ charakteru własności, organizacji i zarządzania, public relations, kwalifikacji personelu na konkurencyjność. Konkurencyjność przedsiębiorstw z punktu widzenia kosztów produkcji, wielkości produkcji, jakości produkcji.	
5	Potencjał konkurencyjności.			Zasoby jako podstawa potencjału konkurencyjności. Klasyfikacja zasobów. Ocena potencjału konkurencyjności.	
	Pozycja konkurencyjna.			Istota pozycji konkurencyjnej. Sposoby oceny pozycji konkurencyjnej. Krajowe uwarunkowania pozycji konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw.	
	Przewaga konkurencyjna.			Istota przewagi konkurencyjnej. Rodzaje przewagi konkurencyjnej. Źródła przewagi konkurencyjnej.	
	Instrumenty konkurowania.			Istota, cele i rodzaje instrumentów konkurowania. Struktura instrumentów konkurowania. Uwarunkowani skuteczności instrumentów konkurowania.	
6	Kierunki i sposoby umacniania konkurencyjności przedsiębiorstw.			Sposoby podejścia do umacniania konkurencyjności. Sposoby rozwijania podstaw konkurencyjności. Samodzielne i kooperatywne rozwijanie konkurencyjności.	
	Strategie konkurencji.			Podstawowe strategie konkurencji. Zarys analizy konkurentów.	
	Strategia konkurencji w sektorach.			Strategie konkurencji w sektorach: rozproszonych, pojawiających się, dojrzałych, schyłkowych, globalnych.	
	Globalny wymiar współczesnej konkurencyjności .			Istota globalizacji, ogólne następstwa globalizacji, globalizacji konkurencji jako wyzwanie dla przedsiębiorstw.	

Literatura podstawowa:

1. Porter M.E., Strategia konkurencji, PWE, Warszawa 1994.
2. Stankiewicz J., Konkurencyjność przedsiębiorstw. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. TNOIK. Toruń 2002.
3. Samuelson W.F., Marks S.G., Ekonomia menedżerska, PWE Warszawa 1998. s. 425- 642.

Literatura uzupełniająca:

1. Admkiewicz-Drwiłło, Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw. PWN, Warszawa 2003.
2. Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2003.
3. Oblój K., Tworzywo skutecznych strategii, PWE, Warszawa 2002.
4. Bartnicki M., Kompetencje przedsiębiorstwa, Placet, Warszawa 2000.
5. Stankiewicz M.J., Budowanie potencjału konkurencyjności przedsiębiorstw. TONIK Toruń 1999.
6. Skawińska E., Konkurencyjność przedsiębiorstw. Nowe podejście. PWN Warszawa –Poznań 2002.